

PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS MEREK

(Studi Pada Pengguna Kartu SimPATI di Grapari Malang)

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi**



Oleh:

Tatak Dwi Purnomo
201310160311330

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS
MEREK KARTU SIMPATI

Oleh :

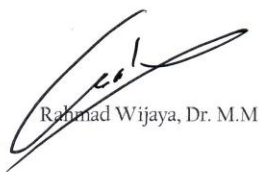
Tatak Dwi Purnomo

201310160311330

Disetujui pada :

15 Januari 2020

Pembimbing I,



Rahmad Wijaya, Dr. M.M

Pembimbing II,



Sri Nastiti Andharini, Dra. M.M

SKRIPSI

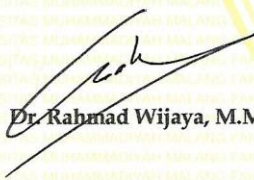
PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KUALITAS MEREK (Studi pada Pengguna Kartu Simpati di Grapari Malang)

Oleh :

Tatak Dwi Purnomo
201310160311330

Diterima dan disetujui
pada tanggal 22 Januari 2020

Pembimbing I,


Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

Pembimbing II,

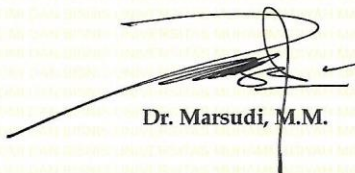

Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KUALITAS MEREK (Studi pada Pengguna Kartu Simpati di Grapari Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Tatak Dwi Purnomo

NIM : 201310160311330

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 22 Januari 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Eko Handayanto, M.M.

Penguji II : Dra. Dewi Nurjannah, M.M.

Penguji III : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji IV : Dr. Rahmad Wijaya, M.M.

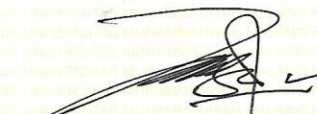
1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,




Dr. Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,


Dr. Marsudi, M.M.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Program Studi : Manajemen, Akuntansi, Ekonomi Pembangunan, Perbankan dan Keuangan, Profesi Akuntansi
Kampus III : Jl. Raya Tlogomas No.246 Telp. (0341) 464318-19 Fak. (0341) 460782 Malang 65144
Email : webmaster@umm.ac.id website : http://www.umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Tugas Akhir Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari, Tanggal : Rabu, 22 Januari 2020
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir atas nama mahasiswa :

Nama : Tatak Dwi Purnomo
NIM : 201310160311330
Program Studi : Manajemen
Judul : PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI
KUALITAS TERHADAP LOYALITAS MEREK
PADA PENGGUNA KARTU SIMPATI

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No	Nama Dosen Penguji	Sebagai	Nilai	Tanda Tangan
1	RAHMAD WUJAYA, M.M., Dr.	Pembimbing I	76	
2	SRI NASTITI ANDARINI, Dra., M.M.	Pembimbing II	75	
3	MARSUDI, Dr., M.M.	Penguji I	73	
4	DEWI NURJANNAH, Dra., M.M.	Penguji II	74	

016.437.5.142.3.080988915493.63772.20200122.20200122

Nilai rata-rata : 74,318
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus *~~
Publikasi : ☐ Tidak Layak
☐ Layak dipublikasikan di eprints.umm.ac.id
☐ Layak dipublikasikan di student-research.umm.ac.id
☐ Layak dipublikasikan di Jurnal Nasional
☐ Layak dipublikasikan di Jurnal International

Malang, 22 Januari 2020

Ketua Tim Penguji,

MARSUDI, Dr., M.M.

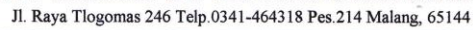
Mengetahui,
a.n. Dekan FEB UMM,
Wakil Dekan I,

WIDAYAT, Dr. Drs., M.M.

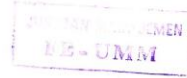
Ketua Program Studi,

MARSUDI, Dr., M.M.

Keterangan : *) Coret yang tidak perlu





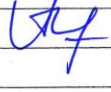

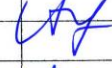








KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI



NAMA : Tata Dwi Purnomo
 NIM/IPK/Konsent : 201310160311339 / M. Pemasaran
 Tgl. SK Bimbingan :
 Alamat/Tlp/HP : Jln. Kuning Kuning dlm. no. 1
 082245 071 525
 Judul Skripsi : Pengaruh Citra merek dan Persepsi
 Kualitas Terhadap Loyalitas merek
 (Studi pada pengguna kartu Telkomsel)

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
27/12	- Perbaiki format + foto		
6/1	- buat latar belakang seperti penelitian pada proposal ⇒ buat proposal		
5/18	Buat proposal lengkap		
16/1	- perbaikan nilai latar belakang → konsistensi		
	- metrum - indikator, sampel, sampling, alat analisis dll		
20/18	Perbaiki proposal		
6/18	perbaikan proposal		
5/18	Perbaiki proposal		
12/12	perbaikan - nilai dari lb.		

Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
14/19	Perbaiki proposal x		
17	lanjut sempro		
6/3	siapkan sempro		
18/6	- perbaikan bab I - II		
	- buat daftar pustaka		
24/19	Perbaiki Ujian		
1/7	perbaikan proposal - buat daftar pustaka koreksi materi di dalam skripsi + daftar pustaka (disesuaikan - oleh ulang)		
8/19	Revisi Ujian		
25/19	Revisi Ujian		
29/19	uji ulang		
26/19	Revisi Ujian		
29/19	Uji inskripsi		
10/19	Olah ulang		
14/19	lanjut dari Ujian		
3/20	Perbaiki bab 4 & 5		
7/19	Perbaiki Ujian		
13/20	perbaikan mulai bab I - III		
	- oleh sama		
15/1	aku diteliti lagi → siapkan materi ujian		



Tanggal	Revisi/Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II

Pembimbing I

Malang,
Pembimbing II

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tata Dwi Purnomo
NIM : 201310160311330
Program Studi : S1 / Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi dengan judul

Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Kartu SimPATI di Grapari Malang) adalah hasil karya saya dan dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Skripsi ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Februari 2020

Yang Menyatakan,



Tata Dwi Purnomo

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah kasih sayang, hidayat, dan taufiq-Nya sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Kartu SimPATI di Grapari Malang) ini dapat terselesaikan pada waktu yang tepat.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW Rasul akhir zaman pembawa kesempurnaan ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga limpahan doa senantiasa mengiringi segenap keluarga, para sahabat, para syuhada’, para ulama, dan seluruh umat beliau yang dengan tulus dan ikhlas mencintai dan menjunjung tinggi sunnahnya.

Selama proses penyusunan Skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Fauzan, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Marsudi, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. .Dr. Rahmad Wijaya, M.M., selaku dosen pembimbing 1, yang dengan ikhlas meluangkan banyak waktunya untuk memberikan pengarahan serta bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.

5. Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M., selaku dosen pembimbing 2, yang dengan ikhlas meluangkan banyak waktunya untuk memberikan pengarahan serta bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. .Dra. Dewi Nurjannah, M.M., selaku dosen wali yang selalu memberikan pengarahan, nasehat, motivasi, dan semangat kepada penulis selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang yang selama ini telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
8. Kedua Orang Tua saya tercinta, KOMARI dan Ibu BONARTI, yang selalu memberikan perhatian, dukungan baik moral maupun materi, serta doa dan kasih sayang yang tiada hentinya diberikan dengan tulus selama ini.
9. Kakak saya Ruli Ariyani dan Wahyu (Harta, Berliane, dan Tahta), saya ucapkan terima kasih banyak atas bimbingannya selama di Malang.
10. Teman-teman saya, yang selalu memberikan motivasi, semangat, doa, dan saling berbagi ilmu, serta selalu menjadi tempat berbagi suka dan duka.
11. Teman-teman seperjuangan Manajemen F angkatan 2013, yang telah memberikan kebahagiaan, canda tawa selama kuliah, dan selalu solid dalam berbagi ilmu, memberikan dukungan, doa, dan motivasi.
12. Teman-teman Manajemen angkatan 2013 dan teman-teman Manajemen Pemasaran yang selalu saling memberikan *support*, bantuan, dan pencerahan.

13. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang dengan tulus ikhlas memberikan dukungan serta doa hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
14. Kepada mereka semua, hanya ungkapan terima kasih dan doa tulus yang dapat peneliti persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada peneliti tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai.

Peneliti menyadari bahwa kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dan dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, peneliti mengharapkan kritik yang membangun dan saran dari semua pihak guna penyempurnaan skripsi ini dan karya-karya selanjutnya. Demikian penulisan skripsi ini semoga dapat bermanfaat bagi siapapun yang membutuhkan.

Malang, 21 Februari 2020
Penulis,

Tatak Dwi Purnomo

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACTION	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Tinjauan Teori.....	16
C. Kerangka Pikir Penelitian	24
D. Hipotesis	26
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	29
B. Jenis Penelitian.....	29
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampling.....	29
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
E. Jenis dan Sumber Data.....	32
F. Teknik Pengumpulan Data.....	32
G. Teknik Penskalaan Data.....	32
H. Uji Instrumen	33
I. Teknik Analisis Data.....	35
J. Pengujian Hipotesis	39
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	43
B. Analisis Data.....	47
C. Pembahasan	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A.Kesimpulan.....	65
B. Saran	66

DAFTAR

PUSTAKA



DAFTAR GAMBAR

Halaman Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

25



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data <i>Sales</i> dan <i>Churn</i> Kartu SimPATI Agustus – Desember 2017 ...	4
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional dan Item Pernyataan.....	31
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Pulsa.....	45
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Variabel Loyalitas Merek	48
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Variabel Citra Merek	49
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Variabel Persepsi Kualitas	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Regresi.....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	55
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Uji Parsial	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikansi F	57
Tabel 4.18 Rekapitulasi Koefisien Regresi.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Hasil Sebaran Kuesioner
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7. Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 8. Tabel Nilai Kritis R Pearson ($p = 0,05$)
- Lampiran 9. Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)
- Lampiran 10. Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0.05



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2013). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aydin, Serkan., Ozer, Gokhan., dan Arasil, Omer. (2005). Customer Loyalty and The Effect of Switching Costs as a Moderator Variable: A Case in Turkish Mobile Phone Market. *Marketing Interlligence and Planning*. 23(1): 89-103
- Dipura, Bayu Andika. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pengguna Kartu Indosat pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang). *JMB (Jurnal Manajemen Bisnis)*, [6\(2\)](#): 145-157
- Durianto, Darmadi., Sugiarto., dan Budiman, Lie Joko. (2004). *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Durianto, Darmadi., Sugiarto., dan Sitinjak, Tony. (2007). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Fajariah, Nuraidya., Thoyib, Armanu., dan Rahman, Fatchur. (2016). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Brand Image terhadap Brand Loyalty pada Generasi Y di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(3): 471-480
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gunadi, Fandy Arya., Adiwijaya, Michael., dan Subagio, Hartono. (2017). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty dengan Brand Image dan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Merek Laptop Buatan Indonesia. *Petra Business and Management Review*, 3(2): 67-80
- Hadi, Sutrisno. (2004). *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS
- Hasugian, Jimmi Tumpal Mangisi. (2015). Pengaruh Brand Image dan Brand

Trust terhadap Brand Loyalty Telkomsel (Survey Terhadap Pelanggan Telkomsel di Grapari Samarinda). *e-Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(4): 923-937

[Hellier](#), Phillip K., [Geursen](#), Gus M., [Carr](#), Rodney A., dan [Rickard](#), John A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(12): 1762-1800

Hou, Chengxiao., dan Wonglorsaichon, Phusit. (2015). The Relationship Among Brand Awareness, Brand Image, Perceived Quality, Brand Trust, Brand Loyalty and Brand Equity of Customer In China's Antivirus Software Industry. *Research Paper*, pp. 1-21

Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE

Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Karsono. (2007). Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan, dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1): 93-110

Kayaman, Ruchan., dan Arasli, Huseyin. (2007). Customer based brand equity: evidence from the hotel industry. *Managing Service Quality*. 17(1): 92-109

Kotler, Philip., dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo

Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga

Mowen, John C., dan Minor, Michael. (2009). *Perilaku Konsumen*. Jilid 2-5/E. Jakarta: Erlangga

Nguyen, Tho D., Barret, Nigel J., dan Miller, Kenneth E. (2011). Brand loyalty in emerging Markets. *Marketing Intelligence & Planning*, 29(3): 222-232

Nofriyanti, Ayesha Rizky. (2017). Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, Brand Loyalty Terhadap Brand Equity Pengguna Telkomsel. *EKOBIS – Ekonomi Bisnis*, 22(2): 130-142

Rangkuti, Freddy. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Rangkuti, Freddy. (2009). *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek (Plus Analisis Kasus dengan SPSS)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Ravald, Annika., dan Granross, Christian. (1996). The Value Concept and Relationship Marketing. *European Journal of Marketing*, 30(2): 19-30

- Rizan, Mohammad., Saidani, Basrah., dan Sari, Yusiyan. (2012). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty teh botol sosro. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1): 1-18
- Rowley, Jennifer. (2005). The Four Cs of Customer Loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 23(6): 574-581
- Santoso, Singgih. (2012). *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum
- Schiffman, Leon, G., dan Kanuk, Leslie, L. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks
- Sekaran, Uma. (2006). *Research Methods for Business*. Jilid 2 (4th ed). Jakarta: Salemba Empat
- Singarimbun, Masri., dan Effendi, Sofyan. (2011). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES
- Slater, Stanley F. (1997). Developing A Customer Value Based Theory of The Firm. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 25(3): 139-153
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suhaji, dan Sunandar, Haris. (2010). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Flexi di Kota Semarang dengan Intervening Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET*, 12(1): 57-64
- Sutisna. (2005). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tybout, A.M., dan Calkins, T. (2005). *Kellogg on Branding*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Upamannyu, Nischay K.; Gulati, Chanda., dan Mathur, Garima. (2014). Effect of Brand Trust, Brand Image on Customer Brand Loyalty In FMCG Sector at Gwalior Region. *Scholars World-IRMJCR*, 2 (2): 83-93
- Widayat. (2012). *Metode Penelitian Pemasaran: Aplikasi Software SPSS*. Malang: UMM Press

PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSIKUALITAS TERHADAP LOYALITAS MEREK KARTU SIMPATI

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

ojs.unud.ac.id

Internet Source

3%

2

www.ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id

Internet Source

3%

3

eprints.undip.ac.id

Internet Source

2%

